

# Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Seminar Pemasaran Melalui Sosial Media bagi Ibu-Ibu Desa Pajangan Lamongan

Retno Indriartiningtias\*

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Trunojoyo Madura  
Jalan Raya Kamal, PO. BOX 2, Kamal, Bangkalan, Madura, Jawa Timur.

Article Info	Abstract
<p><i>Article history:</i></p> <p>Received 27 November 2023</p> <p>Accepted 29 Januari 2024</p> <hr/> <p><i>Keywords:</i> Digital Marketing, Marketing, Online Marketing</p>	<p>This seminar is part of the thematic KKN activities carried out by the Trunojoyo University, Madura in Lamongan City, especially in Pajangan Village. Pajangan Village is one of the villages located in the city of Lamongan, East Java where the main livelihood of its citizens, especially the villagers' mothers, make songkok and make processed fruit. With the one-day seminar related to online marketing, especially through social media, it is hoped that it can become an alternative marketing method that has been using the getuk tular system (word of mouth), so that in the future it can contribute to increasing family income.</p>

## 1. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan rutin tahunan yang diselenggarakan oleh Universitas Trunojoyo. Pada tahun 2022 salah satu kota yang dijadikan tempat KKN adalah Lamongan. Lamongan merupakan salah satu kota yang ada di Jawa Timur yang terkenal dengan potensi hasil perikanan, olahan ikan dan juga hasil pertanian. Salah satu desa yang dijadikan lokasi KKN adalah Desa Pajangan. Desa Pajangan merupakan salah satu wilayah bagian Kecamatan Sukodadi, Kabupaten Lamongan dengan luas wilayah keseluruhan 144 Ha yang berupa sawah seluas 105 Ha, tegalan seluas 37 Ha, pekarangan seluas 39 Ha dan lain-lain seluas 9,45 Ha. Populasi Penduduk Wilayah Desa Pajangan dihuni oleh  $\pm$  517 jiwa kepala keluarga dengan jumlah penduduk keseluruhan  $\pm$  2.215 jiwa. Untuk mencapai wilayah ini dapat menggunakan sarana transportasi berupa mobil kendaraan (kendaraan roda 4) dan sepeda motor/ojek.

Sebagian besar penduduk Pajangan bermata pencarian sebagai petani dengan hasil produk padi, jagung dan adapula yang petani ikan. Untuk industri penduduk Pajangan juga menghasilkan produk jamu tradisional dan songkok yang juga ada yang dijual di luar kota. Produksi songkok yang dihasilkan telah mencapai seribuan unit per hari, produksi yang sudah besar ini belum diimbangi dengan penjualan yang lebih modern. Selama ini pengusaha songkok masih menggunakan system maklon (mereka memproduksi untuk dijual dengan merek pemberi modal). Berdasarkan fakta tersebut, salah satu program pengabdian masyarakat yang merupakan bagian dari program KKN adalah memberikan pengetahuan tentang penjualan online lewat media sosial.

Pemasaran dapat diartikan sebagai upaya perusahaan mendapatkan keuntungan, kepuasan konsumen, maupun loyalitas konsumen dengan cara memberikan yang diinginkan konsumen. Menurut Kotler (2005), Pemasaran adalah "*Marketing is a societal by which individuals and groups obtain what they need and what through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others*". Sedangkan menurut *The American Marketing Association* (AMA) dalam Krisnawati (2018) pemasaran merupakan

\*Corresponding author. Retno Indriartiningtias  
Email address: [retno.indriartiningtias@trunojoyo.ac.id](mailto:retno.indriartiningtias@trunojoyo.ac.id)

kegiatan perusahaan yang berupaya menyalurkan produk atau jasa dari produsen (perusahaan) ke konsumen atau industri kecil yang terkait. Peranan pemasaran yaitu sebagai penyampaian produk atau jasa kepada konsumen dan memberikan kepuasan terhadap keinginan konsumen, selain itu pemasaran dilakukan untuk mencapai tujuan agar memperoleh profit atau laba kepada perusahaan (Makmur & Suprijal, 2015). Jadi dapat disimpulkan pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan layanan bernilai dengan orang lain secara bebas.

Sistem pemasaran saat ini telah berkembang sangat pesat. Salah satu sistem pemasaran yang perkembangannya pesat adalah digital marketing. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana digital (Kotler *et al*, 2019). Salah satu bentuk digital marketing yang paling banyak digunakan adalah media sosial. Bentuk media sosial antara lain Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Youtube, Whatsapp dan lainnya (Widiaswanti *et al*, 2023). Jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat, kini semakin dioptimalkan pengusaha sebagai sarana promosi bisnis mereka. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan (Wulansari, 2015).

Dalam kegiatan seminar, peserta yang ditargetkan merupakan ibu-ibu dan para remaja yang memiliki usaha dan juga mereka yang tertarik untuk memiliki usaha tanpa mengeluarkan modal yang banyak. Modal mereka hanya telepon selular yang memiliki aplikasi whatsapp. Di saat yang sama, kegiatan ini sekaligus menjadi wadah memperkenalkan Universitas Trunojoyo Madura, khususnya Program Studi Teknik Industri. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk: (1) sebagai salah satu program KKN tematik, (2) memberikan pemahaman tentang pentingnya penjualan online terutama media sosial (fokus pada whatsapp), (3) memberikan wawasan optimasi whatsapp kepada peserta (4) memperkenalkan Universitas Trunojoyo, khususnya Teknik Industri.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Acara seminar yang menjadi bagian dari kegiatan pengabdian masyarakat sebagai salah satu program KKN ditujukan bagi ibu-ibu dan para remaja desa Pajangan, Kabupaten Lamongan yang telah memiliki usaha ataupun yang belum memiliki usaha namun tertarik untuk berjualan di media sosial. Untuk kegiatan ini, metode pelaksanaan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan, dibentuk panitia dari kelompok KKN. Kelompok 50 merupakan kelompok KKN yang melaksanakan program di desa Pajangan. Panitia mencari pemateri, dimana pemateri adalah pembimbing lapangan KKN yaitu Ibu Dr. Retno Indriartiningtias, ST, SE, MT, yang merupakan salah satu dosen Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura. Untuk persiapan tempat panitia berkoordinasi dengan kepala desa dan jajarannya. Pelaksanaan seminar bisa di Balai Desa Pajangan. (Gambar 1a)
2. Untuk memantau persiapan, dilakukan beberapa kali rapat baik secara offline (Gambar 1b). Rapat internal dilakukan antara panitia dengan pihak desa terkait persiapan acara. Rapat secara offline juga dilakukan untuk mematangkan persiapan acara dan tempat antara panitia, pihak dosen dan dosen pembimbing. (Gambar 1c).



**Gambar 1.**

Tempat Balai Desa, Rapat persiapan dan rapat koordinasi offline untuk persiapan acara.

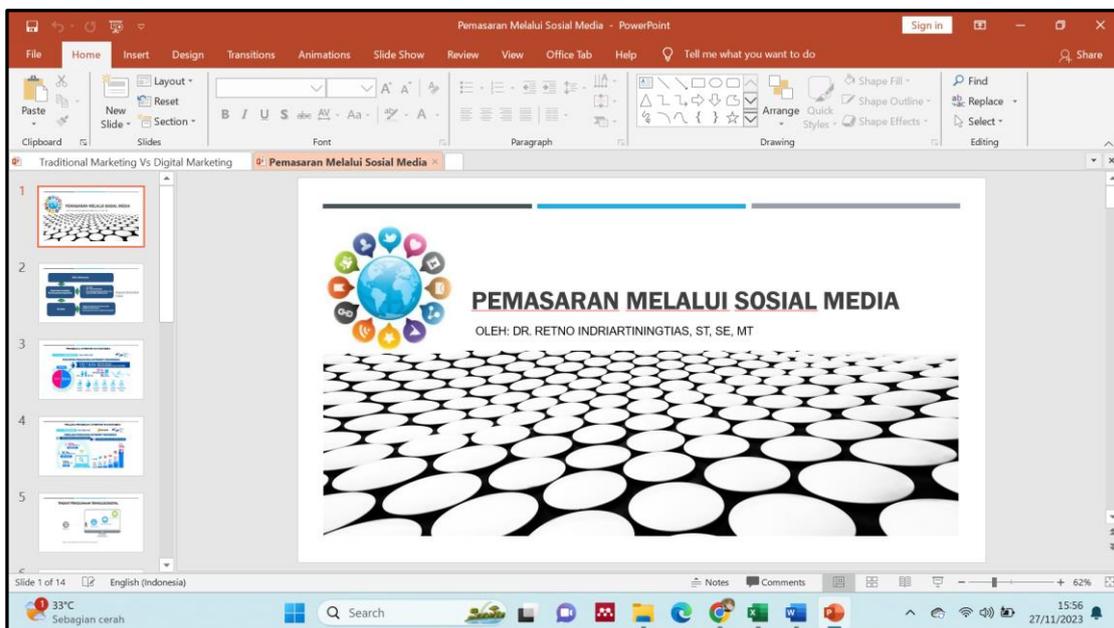
3. Untuk publikasi kegiatan dan pendaftaran peserta dilakukan secara system door to door, dari rumah ke rumah. Selain itu juga memanfaatkan kegiatan rutin bulanan desa yang telah terjadwal tiap bulanan.
4. Kegiatan utama webinar adalah penyampaian materi oleh 1 narasumber kepada para peserta. Narasumber adalah pembimbing lapangan Ibu Dr Retno Indriartiningtias, ST, SE, MT yang merupakan salah satu dosen Teknik Industri, sekaligus juga entrepreneur yang telah memiliki bisnis online sejak 2015.
5. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan secara offline di Balai Desa Pajangan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam acara ini, telah terlaksana kegiatan yang diberi judul Seminar UMKM : Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan bagi Ibu-ibu dan Remaja Desa pajangan. Jumlah peserta keseluruhan 20 orang. Acara dilaksanakan secara offline 7 Mei 2022 di Balai Desa Pajangan, jam 09.00-12.00 dengan pembicara Ibu Dr. Retno Indriartiningtias (Gambar 2) dengan Materi tentang Pemasaran Melalui Sosial Media (Gambar 3).



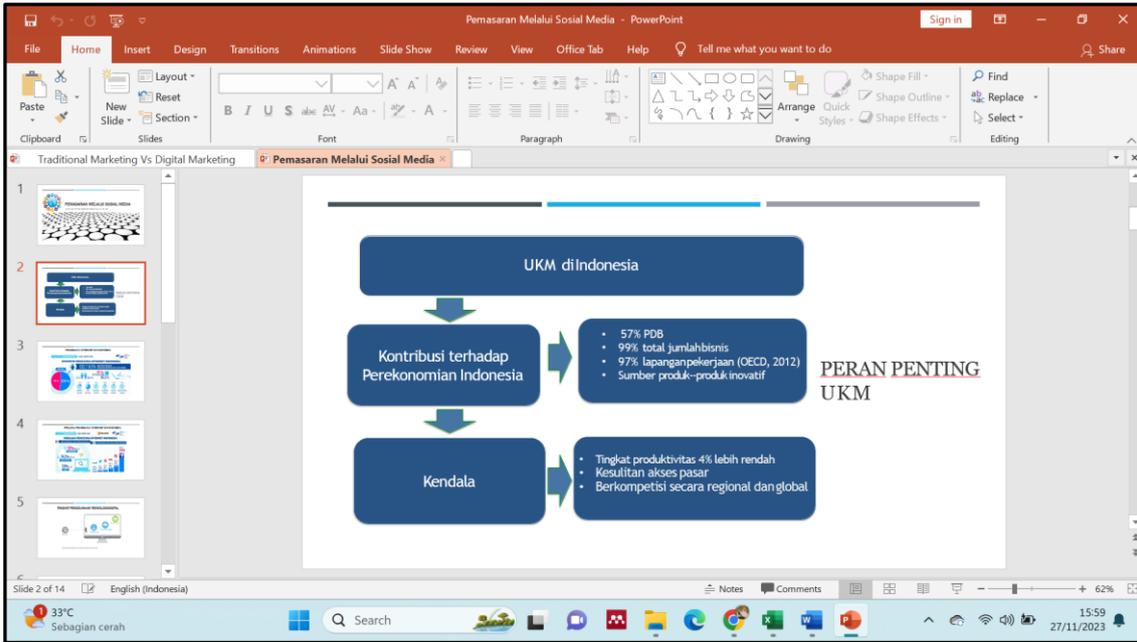
**Gambar 2.**  
Pembicara dan Peserta Seminar UMKM



**Gambar 3.**  
Materi yang disampaikan

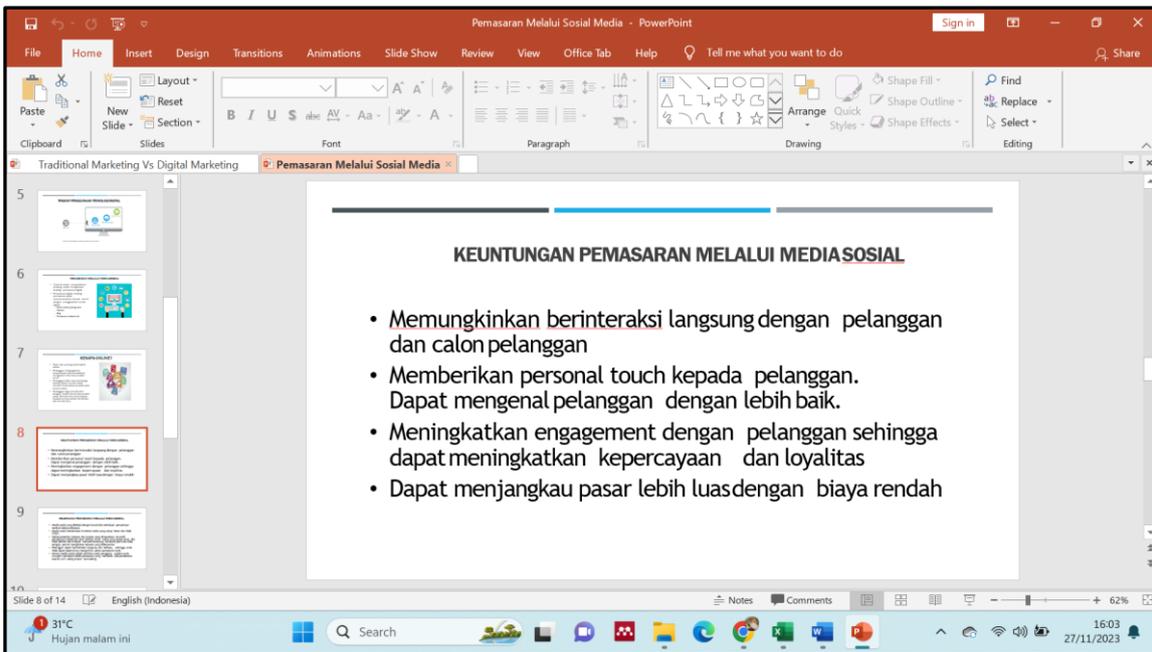
Secara umum, manfaat serta hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dirasakan oleh para peserta, sebagai berikut:

- a. Narasumber menyampaikan bagaimana potensi UKM dan peran penting bagi perekonomian negara. Salah satu UKM adalah usaha yang telah dijalankan oleh ibu-ibu peserta seminar (Gambar 5). UMKM merupakan usaha yang memberikan kontribusi PDB negara sebesar 97%. Peran UKM akan semakin optimal jika disertai dengan pengembangan sistem penjualan secara online



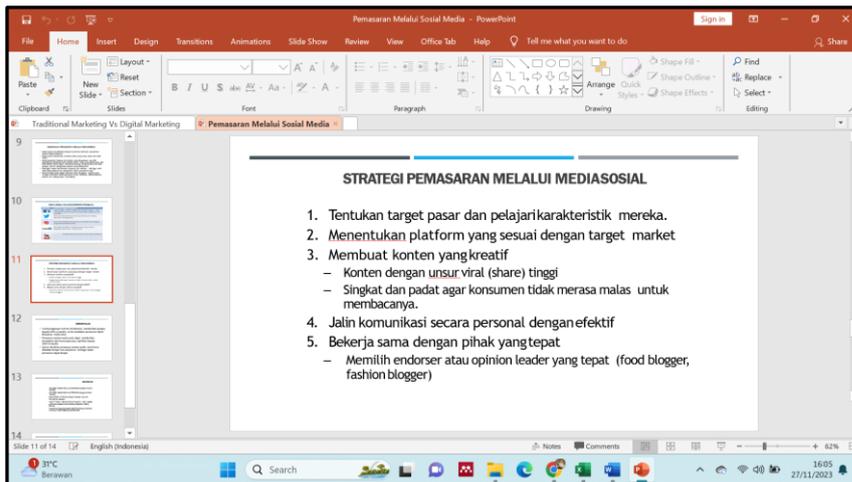
**Gambar 5.**  
Peran Penting UKM di Indonesia

- b. Narasumber yang telah berpengalaman di bisnis online selama 7 tahun memberikan gambaran nyata manfaat dan keuntungan dalam memanfaatkan media sosial sebagai salah satu bentuk pemasaran (Gambar 6).



**Gambar 6.**  
Keuntungan Pemasaran Melalui Media Sosial

- c. Narasumber memberikan cara melakukan pemasaran dengan media sosial, khususnya mengoptimalkan aplikasi whatsapp (Gambar 7). Dengan praktek langsung diharapkan peserta lebih tergambar bagaimana menggunakan media sosial yang pasti mereka miliki yaitu whatsapp.



**Gambar. 7**

Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa seminar telah terlaksana yang diberi judul “Seminar UMKM : Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan bagi Ibu-ibu dan Remaja Desa Pajangan”. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang peserta secara offline. Sementara itu, materi diberikan oleh seorang narasumber. Melalui kegiatan ini, Tim Pengabdian khususnya kelompok 50 berusaha memberikan pengetahuan-pengetahuan kepada para ibu dan remaja desa Pajangan bagaimana mengoptimalkan media social yang dimiliki untuk menunjang penjualan usaha yang telah atau akan mereka jalankan sebagai salah satu cara meningkatkan pendapatan.

#### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kami sebagai pelaksa pengabdian masyarakat khususnya tim KKNT kelompok 50 mengucapkan terima kasih kepada para narasumber yang bersedia menyampaikan materinya. Kami ucapkan juga terima kasih atas dukungan LPPM Universitas Trunojoyo Madura. Terima kasih juga kepada kepala desa Pajangan dan jajarannya beserta seluruh warga Desa Pajangan yang membantu persiapan dan mendatangkan peserta.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

1. Kotler, P., 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid satu*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
2. Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I., 2019. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
3. Krisnawati, D., 2018. Peran Perkembangan Teknologi Digital pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia. *Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1); 69-81.
4. Makmur & Suprijal, 2015. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1); 41-56.
5. Widiaswanti, E., Indriartiningtias, R., dan Salimah, S., F., 2023. *Manajemen Industri Modern*. Cirebon: LovRinz Publishing.
6. Wulansari, D. A., 2015. Pengaruh Penjualan Online terhadap Omzet Penjualan Butik Zieta Desa Sewulan Kec. Dagangan Kab. Madiun. *Equilibrium*, 03(2); 134-143